



# La vitrine du magasin : son rôle et son influence dans l'expérience de magasinage

Submitted by Danielle Lecoin... on Sun, 01/06/2019 - 17:03

Titre	La vitrine du magasin : son rôle et son influence dans l'expérience de magasinage
Type de publication	Thèse, HDR
Type	Thèse
Année	2018
Langue	Français
Date de soutenance AAAA-MM-JJ	2018-09-10
Auteur	Lecointre-Erickson, Danielle [1]
Pays	France
Université	Université d'Angers
Ville	Angers
Mots-clés	attention visuelle [2], distance psychologique [3], Expérience de magasinage [4], eye-tracking [5], motivation de magasinage [6], niveau de représentation [7], réponses affectives [8], vitrine interactive [9]
Résumé en anglais	<p>One of the relevant issues for retailers in this dissertation is the role of marketing mix elements outside the physical store in attracting customers. Another relevant issue is the evolution of the physical retailing experience which is partly due to the ever increasing presence of new retail technology. The aim of this dissertation is to answer the following question: how do store windows influence anticipated shopping experience? We focus on the influence of interactive technology and construal level in store windows on perceived global atmosphere, visual attention, affective response, anticipated shopping value and patronage intentions. Shopping motivation and exploratory buying behavior tendency were tested for moderating effects. Two experiments were conducted for this doctoral research. The results from the in situ field experiment (n=251) reveal a hedonic and arousing effect from usage of the interactive window display. The second experiment on store window construal level (n=144) was conducted using eyeLtracking equipment in a controlled laboratory setting. The results show a significant influence of store window construal level on perceived global atmosphere and on patronage intentions. The results from the heat map analysis show that utilitarian shopping motivation reinforces visual attention to products in the window display. No moderating effect was found in either study for exploratory buying behavior tendency.</p>

Résumé en français	<p>Le rôle de l'attraction des éléments extérieurs du point de vente physique demeure une problématique complexe pour les commerçants. De plus, l'expérience en point de vente physique est en pleine évolution, due en partie à une présence accrue des nouvelles technologies. Cette thèse répond à la problématique suivante : comment la vitrine du point de vente influence-t-elle l'expérience de magasinage anticipée ? Nous nous focalisons sur l'influence de la technologie interactive et du niveau de représentation (construal level) en vitrine sur la perception de l'atmosphère, les réponses attentionnelles, les réponses affectives, la valeur de magasinage anticipée et les intentions comportementales. Nous testons les effets modérateurs de la motivation de magasinage et de la tendance exploratoire du consommateur. Nous adoptons une approche hypothético-déductive et nous procédons à deux expérimentations afin de répondre à notre problématique. Les résultats de la première expérimentation in situ (n=251) révèlent un effet stimulant et hédonique de l'utilisation de la technologie interactive en vitrine. La deuxième expérimentation, en laboratoire (n=144), a mobilisé une méthode d'eye-tracking pour collecter les données sur l'influence du niveau de représentation des éléments en vitrine. Les résultats montrent une influence significative du niveau de représentation sur l'atmosphère globale perçue et sur les intentions comportementales. Les résultats des cartes de chaleur montrent que la motivation de magasinage utilitaire renforce l'attention visuelle sur les produits en vitrine. Aucun effet modérateur de la tendance exploratoire n'a été détecté dans les deux expérimentations.</p>
URL de la notice	<a href="http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18513">http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18513</a> [10]
Président du jury	Olivier Droulers
Titre traduit	Windows displays : influence and role in shopping experience

## Liens

- [1] <http://okina.univ-angers.fr/derickson/publications>
- [2] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26687>
- [3] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26690>
- [4] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26684>
- [5] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=4333>
- [6] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26685>
- [7] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26689>
- [8] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26686>
- [9] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26688>
- [10] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18513>

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)